

МОНИТОРИНГ РЫНКА ОДЕЖДЫ СЕКОНД-ХЕНД

К. И. Локтева

доцент, канд. техн. наук, доцент

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

К. Р. Попова

студентка

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

А. В. Быль

магистрант

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Республика Беларусь, Гомель

Характерными чертами современного рынка непродовольственных товаров в Республике Беларусь является существенное превышение темпов роста товарооборота по продаже подержанных товаров над темпами роста продажи непродовольственных товаров в целом, рост доли товаров секонд-хенд в товарообороте непродовольственных товаров.

Удельный вес продажи подержанных товаров отечественного производства в розничном товарообороте организаций торговли очень мал. Львиная доля в розничном товарообороте по продаже подержанных товаров организаций торговли приходится на импортную продукцию.

Активно развивается в последние годы торговля одеждой second hand. С наступлением экономического кризиса в рыночном сегменте готовой одежды отмечается стабильно растущий спрос на такую одежду. И уже четко вырисовывается тенденция роста и развития этого сегмента рынка. Этот вид бизнеса сумел доказать свою состоятельность.

Серьезную конкуренцию со стороны таких магазинов уже ощущает отечественная легкая промышленность, а также вещевые рынки.

Торговля товарами секонд-хенд становится самостоятельным сегментом рынка, активно и быстро развивающимся, требующим особого внимания и неординарных продуманных подходов к организации торговли ими [1].

С целью выявления покупательских предпочтений в молодежной среде на одежду секонд-хенд нами был проведен социологический опрос. Всего в нем участвовало 78 человек, из них 48 женщин (62%) и 30 мужчин (38%). Среди респондентов преобладали покупатели в возрасте 16-25 лет, так как в настоящее время это самая активная категория покупателей, следящая за модой, знающая новинки модной индустрии, систематически обновляющая свой гардероб. Именно на этот возраст приходятся, в основном, студенческие годы.

Установлено, что большинство опрошенных покупателей (65,79%) положительно относится к одежде секонд-хенд.

Анализ результатов опроса показал, что в магазинах секонд-хенд по

функциональному назначению приобретается преимущественно повседневная одежда. Представляется, это обусловлено тем, что к повседневной одежде требования менее жесткие, чем к одежде торжественной, где ценится оригинальность, привлекательность, неповторимый внешний вид.

Выявлено также, что большинство опрошенных покупателей совершают покупки одежды в магазинах секонд-хенд достаточно часто – раз в 3-4 месяца.

Распределение ответов респондентов на вопрос о достоинствах торговли одеждой секонд-хенд свидетельствует о том, что значительная часть опрошенных покупателей (42,11%) покупает одежду в магазинах секонд-хенд из-за возможности приобрести относительно недорого брендовые вещи. Ведь в современных магазинах секонд-хенд можно найти эксклюзивные модели популярных брендов, одежду ручной работы и качественные изделия известных производителей за невысокую цену. Представительна также доля тех покупателей (41,05%), которые выбирают магазин секонд-хенд из-за существенной возможности экономии денежных средств. 14,74% респондентов отметили возможность приобретения в таких магазинах вещей в единственном экземпляре, что позволяет избежать достаточно распространенной ситуации "одежда как у всех", возникающей в случае выпуска товаров крупными партиями. Наряду с достоинствами одежда секонд-хенд обладает и недостатками. Установлено, что 27,66% опрошенных покупателей не нравится запах одежды секонд-хенд, на 25,53% покупателей влияет психологический фактор, в основном, он обусловлен неприятными мыслями о том, что кто-то уже носил эту одежду; у 29,99% респондентов есть сомнения в гигиеничности такой одежды. Последнее особенно обострилось в связи с коронавирусной пандемией. Еще 14,89% опрошенных покупателей отмечают в ряде случаев значительную поношенность такой одежды. Анализ ответов на вопрос «Как вы поступаете с одеждой, которая вам перестала подходить по размеру, фасону, материалу и т.п.?» показал, что в таких случаях опрошенные покупатели отдают её своим родственникам (37,14 %) или же ничего с ней не делают, вешая в шкаф (35,24%). Это позволяет предположить наличие достаточно большого количества одежды, скопившейся в гардеробе наших соотечественников, которая не используется, при этом существует редкая возможность сдать ее, как это было раньше, в комиссионку. При наличии такой проблемы, как уже отмечалось, огромные партии одежных товаров секонд-хенд завозятся из-за рубежа.

Выявлено, что большинство респондентов (почти 90%) считают, что у торговли одеждой секонд-хенд в целом есть перспективы. Приведенные результаты свидетельствуют о том, что необходима тщательная и глубокая проработка перспектив торговли секонд-хенд.

Перечень ссылок

1. Локтева, К.И. Рынок одежды секонд-хенд в Беларуси: тенденции, перспективы / К. И. Локтева, А.В. Быль, К. Р. Попова // Материалы Межд. научно-практ. интернет-конф. «Сетевой бизнес: становление, проблемы, инновации». – Полтава, ПУЭТ, 2020. – С. 48-51.